

LAPORAN TUGAS AKHIR
TUGAS DAN PERAN *SOCIAL MEDIA EXECUTIVE* DI
PT MAXIMA INDONESIA



Disusun Oleh
Septian Bayu Kurniawan
D1314092

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelara Ahli Madya (A.Md) Dalam Bidang Komunikasi Terapan

PROGRAM STUDI DIPLOMA III KOMUNIKASI TERAPAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2017

PERSETUJUAN
TUGAS DAN PERAN *SOCIAL MEDIA EXECUTIVE* DI
PT MAXIMA INDONESIA

Disusun Oleh:

NAMA : Septian Bayu Kurniawan

NIM : D1314092

KONSENTRASI : Periklanan

Disetujui untuk dipertahankan di hadapan Panitia Ujian Tugas Akhir

Program Studi Diploma III Komunikasi Terapan

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, 1 Agustus 2017

Pembimbing

Ina Primasari S. I. Kom

NIP. -

PENGESAHAN

Tugas akhir ini telah diuji dan disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir

Program Studi D III Komunikasi Terapan

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Hari : Selasa

Tanggal : 01 Agustus 2017

Disusun Oleh

SEPTIAN BAYU KURNIAWAN

D1314092

Panitia Ujian Tugas Akhir	Nama	Tanda Tangan
Penguji 1	Deniawan Tommy C.W S.Sos.M.Si NIP. 187785764653
Penguji 2	Ina Primasari S.I.Kom

Mengetahui,

Dekan

Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si

NIP. 196108251986012001

PERNYATAAN

Nama : Septian Bayu Kurniawan
NIM : D1314092
Konsentrasi : Periklanan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir berjudul “**Tugas dan Peran Social Media Executive di PT Maxima Indonesia**” adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam tugas akhir tersebut diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan tugas akhir dan gelar yang saya peroleh dari tugas akhir tersebut.

Surakarta, 01 Agustus 2017
Yang Membuat Pernyataan,

Septian Bayu Kurniawan

MOTTO

ORIGINAL FROM GOD

(Penulis)

Pain, pain go away,

Come back another day,

I just wanna get one up on life before it kills me.

(Neck Deep)

Looking Good, Not Feeling Good

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk :

Untuk Allah SWT yang telah memberikan berkah selama ini

Untuk Bapak dan Ibu tercinta serta keluarga penulis yang selalu mendukung dan memberikan doa

Untuk Om, Tante dan adek-adek lucu keluarga citayem yang selalu mendukung saya dalam pelaksanaan KKM di jakarta

Adek barbie the best partner in the world

Untuk semua teman-teman Advertising B FISIP UNS 2014 dan Arkais Savage yang selalu mengingatkan saya untuk menyelesaikan kuliah

Untuk seluruh dosen dan staf FISIP Universitas Sebelas Maret

Universitas Sebelas Maret Fakultas Ilmu Social dan Politik

PT Maxima Indonesia dan seluruh staff

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan limpahkan rahmat, hidayah, serta ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan lancar.

Adapun Tugas Akhir yang penulis selesaikan dengan baik, berjudul “Peran dan Tugas *Social Media Executive* di PT Maxima Indonesia” guna memenuhi syarat untuk mencapai gelar Ahli Madya (Amd) bidang Komunikasi Terapan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik.
2. Mahfud Anshori S.Sos M.Si selaku Ketua Program Studi D-III Fakultas Ilmu Sosial dan Politik.
3. Ina Primasari, S.I.Kom selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan kepada penulis.
4. Ivan Ahda selaku CEO di instansi tempat penulis melaksanakan KKM.
5. Maghlebl Elmira selaku HRD di instansi tempat penulis melaksanakan KKM.
6. Ayunita Xiao Mei selaku mentor dan *senior Social Media Manager* di PT Maxima Indonesia.

7. Seluruh karyawan di PT Maxima Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan penulis, maka penulis sangat terbuka dalam menerima kritik dan saran yang membangun dari pembaca yang berkenan dengan isi laporan KKM. Besar harapan penulis, semoga laporan KKM ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih.

Surakarta, 01 Agustus 2017

Septian Bayu Kurniawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
RINGKASAN.....	xiii
BAB I	PENDAHULUAN
A. Latar Belakang.....	1
B. Tujuan Kuliah Kerja Media.....	4
C. Manfaat Kuliah Kerja Media.....	6
D. Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kuliah Kerja Media.....	6
BAB II	KERANGKA TEORI DAN <i>FOCUS OF INTEREST</i>
A. Kerangka Teori	
1. Periklanan.....	8
a. Definisi Periklanan.....	8
b. Fungsi dan Tujuan Periklanan.....	9
c. Prinsip Periklanan.....	12
2. Jenis Iklan.....	14
3. Media Sosial.....	15
4. <i>New Media</i>	20
a. Definisi <i>New Media</i>	20

	b. Kelebihan dan Manfaat <i>New Media</i>	23
	5. <i>Social Media Executive</i>	24
	a. <i>Social Media</i>	25
	b. Tugas <i>Social Media Executive dan Officer</i>	26
	c. Peranan <i>Social Media Executive</i>	28
	d. Karakteristik Media Sosial <i>Modern</i>	29
	B. <i>Focus Of Interest</i>	31
BAB III	DESKRIPSI PERUSAHAAN	
	A. Sejarah Perusahaan.....	34
	B. Data Perusahaan.....	35
	C. Misi Perusahaan.....	35
	D. Logo Perusahaan.....	36
	E. Struktur Perusahaan.....	37
	F. Alur Kerja Perusahaan.....	40
	G. Lingkup Layanan Perusahaan.....	41
	H. Portofolio Perusahaan.....	43
	I. <i>Strategic Partner</i>	44
BAB IV	PELAKSANAAN KULIAH KERJA MEDIA	
	A. Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kuliah Kerja Media.....	46
	B. Lokasi Pelaksanaan Kuliah Kerja Media.....	46
	C. Alasan Pemilihan Tempat Kuliah Kerja Media.....	47
	D. Posisi Dalam Instansi.....	47
	E. Tugas dan Peran <i>Social Media Executive</i> di PT Maxima Indonesia	47
	F. Tugas-Tugas yang dilakukan.....	48
	G. Kemajuan yang dicapai Selama Kuliah Kerja Media.....	59
	H. Alur Pekerjaan yang didapat Penulis di PT Maxima Indonesia.....	60

	I. <i>Feedback Content</i> yang di <i>Posting</i>	60
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan.....	66
	B. Saran	
	1. D III Komunikasi Terapan Periklanan	
	Universitas Sebelas Maret Surakarta.....	67
	2. Bagi Instansi Pelaksanaan Kuliah Kerja Media.....	68
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Logo PT Maxima Indonesia.....	36
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Perusahaan PT Maxima Indonesia.....	37
Gambar 4.1 Kurva Efektivitas Media sosial.....	63
Gambar 4.2 Tabel Feadback audiens.....	64

RINGKASAN

Septian Bayu Kurniawan, D1314092, Periklanan, Judul Tugas Akhir; TUGAS DAN PERAN *SOCIAL MEDIA EXECUTIVE* DI PT MAXIMA INDONESIA, 2017. Periklanan merupakan bentuk komunikasi yang digunakan untuk membujuk audiens (pemisra, pembaca atau pendengar) untuk mengambil beberapa tindakan sehubungan dengan produk, ide, atau layanan social media sendiri memiliki pengertian *Social Media* adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi *blog*, jejaring sosial, *wikipedia*, forum, dan dunia *virtual*. *Blog*, jejaring sosial dan *wikipedia* merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Penulis selama melakukan Kuliah Kerja Media di PT Maxima Indonesia pada divisi Social Media Executive selama dua bulan. Dalam melakukan kuliah kerja media penulis mengetahui tugas dan peran dari *social media executive* di PT Maxima Indonesia, penulis mendapatkan banyak sekali pengalaman dan tugas yang diberikan, penulis ditugaskan untuk membuat *content plan* dari setiap campaign yang akan dikeluarkan PT Maxima Indonesia. Penulis juga diberikan tugas untuk mendesain dan membuat *content* dari setiap postingan yang akan dikeluarkan, selain itu penulis juga diajak untuk bertemu langsung dengan klien dan menghadiri *meeting* dengan klien guna mengetahui lebih dalam dari tugas dan pesan *social media executive* beberapa kali penulis juga diberikan tugas untuk membantu *report* dari *campaign* yang sudah dikeluarkan untuk menjadi bahan evaluasi dan data untuk perusahaan. Penulis juga diberikan tugas untuk mendesain *content* yang berisikan ucapan selamat ulang tahun untuk salah satu klien guna mempererat hubungan baik antar perusahaan selain itu juga setiap *content* yang akan dikeluarkan oleh perusahaan penulis ditugaskan untuk membuat *copywriter* yang sesuai dengan isi *content* yang akan dikeluarkan. Dalam melakukan setiap tugas yang diberikan beberapa kali penulis mendapatkan banyak revisi dan koreksi dari teman-teman PT Maxima Indonesia yang membuat penulis belajar langsung bagaimana dunia kerja di dunia *agency* pada umumnya. Selama melakukan kuliah kerja media penulis dapat menyimpulkan bahwa seorang *social media executive* memiliki peranan yang cukup besar di perusahaan karena setiap *campaign* dan *content* dari perusahaan untuk menunjang eksistensi berpengaruh dari setiap *content* yang akan dikeluarkan oleh *social media executive*.

Kata kunci : Tugas *Social Media Executive*, dalam Publikasi, *Campaign*